

# 搜索 oCPC 赔付规则

执行日期：2021 年 04 月 01 日

## 1.项目背景

为保障客户搜索 oCPC 在第二阶段的充分探索，促进持续投放，平台将为客户承担前期探索过程中的成本波动风险，对超成本较高的的 oCPC 投放包进行赔付。

## 2.赔付方式：

线下赔付：运营按照产品提供的赔付名单及金额进行核对后，下发赔付明细，销售端走消费调整赔款流程。

## 3.赔付规则说明

### 3.1 赔付计算范围

与 oCPC 投放包的生效范围一致，以 oCPC 投放包维度进行赔付。

### 3.2 赔付条件：（以下条件需同时满足）

#### 3.2.1 超成本比例

转化成本超出目标转化成本的 20%（含）（例：目标成本 10 元，转化成本 $\geq$ 12 元）

#### 3.2.2 赔付时间范围

oCPC 投放包进入第二阶段当天至之后的 7 个自然日内（例：10.1 进入第二阶段，则赔付时间为 10.1-10.7）

### 3.2.3 操作要求

每日对 oCPC 投放包的修改操作需同时满足以下条件；若某一天操作不满足以下任一条件，当天及之后的 2 天不予赔付。

- 1) 目标转化成本修改次数 $\leq 1$ ，且目标转化成本上下调整幅度不能超过前一次目标的 20%；
- 2) oCPC 投放包启用或暂停操作的总次数 $\leq 1$ ；
- 3) 目标转化类型无修改操作；
- 4) 造成 oCPC 包生效范围变化的行为 $\leq 2$  次。包括：
  - ① 增/删投放包所绑定的计划；
  - ② 投放包所绑定的计划出现正常投放/无效的状态变更。1 个计划变更表示 1 次。

注：②包括通过修改计划、组、关键词、创意层级设置，造成计划在当日无法正常投放，或者在当日从无效变为正常投放。

计划正常投放需同时满足：计划启用+投放日期（在计划投放日期内有 oCPC 投放）+投放时段（在计划投放时段内有 oCPC 投放）+计划下至少有一个启用的推广组+推广组至少有一个启用的关键词+推广组至少有一个启用的创意

### 3.2.4 转化数量要求

oCPC 投放包日转化数量 $> 10$ 。

## 3.3 赔付金额计算规则

- 1) 总预期消费 = [目标转化成本 1 \* 对应转化数（计费时间）] + [目标转化成本 2 \* 对应转化数（计费时间）] + ... [目标转化成本 n \* 对应转化数（计费时间）]；

2) 赔付金额 = 总实际消费 - 总预期消费;

### 3.4 核算赔付时间

oCPC 投放后第 8 天进行赔付数据计算, 例: 3 月 1 日的赔付数据需要在 3 月 8 日进行计算。